

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
PRESIDENCIA										
OE1 Fortalecer la capacidad de rectoría, liderazgo y sinergia de PROESA para liderar la coordinación interinstitucional y multisectorial público – privado para el mejoramiento del clima de negocios e implementación de las Políticas de Estado vinculantes a la misión de PROESA.	R 1.1: PROESA posicionado e impulsando las políticas públicas vinculantes a los temas de promoción de inversiones, exportaciones, APP, clima de negocios y marca país	IVO R1.1: Espacios de coordinación fortalecidos y liderados por PROESA con apoyo del más alto nivel político sectorial para mejoramiento del clima de negocios para la inversión y las exportaciones, socios público - privados	PROESA se proyecta como rector de políticas públicas vinculantes a su misión.		N/A	<p>La Presidencia de PROESA participó en espacios de Alto Nivel Político para la toma de decisiones en la elaboración y ejecución de políticas públicas en materia económica, por ejemplo: Consejo de Mejora Regulatoria, Gabinete Económico y Consejo de Ministros Ampliado.</p> <p>Así mismo, mantiene constante coordinación con otras instituciones públicas vinculadas a su Misión, como MINEC, MARN, STPP, CEPA, RREE, MOP, ANDA, CEL y MH, entre otras.</p>	<p>Un factor de riesgo que pueden complicar el posicionamiento de PROESA como rector de políticas públicas en materia económica es la duplicidad de esfuerzos que se realizan otras instituciones públicas en la promoción comercial, atracción de inversiones y fortalecimiento de la imagen país.</p> <p>Asimismo, es un factor de riesgo para el alcance de este Objetivo, la actual coyuntura de Transición Gubernamental para la toma de posesión de nuevas autoridades.</p> <p>Existen riesgos externos que pueden retrasar los tiempos estimados en la planificación institucional en torno a la promoción de inversiones, exportaciones, estudios de proyectos de APP y posicionamiento de la Marca País</p>	Anual	Presidencia	GOES
	R 1.2: PROESA trabajando coordinadamente con el sector privado y academia en los temas de promoción de inversiones, exportaciones, APP, clima de negocios y marca país.	IVO R 1.2: Acciones conjuntas realizadas entre PROESA el sector privado y academia en los temas de promoción de inversiones, exportaciones, APP, clima de negocios y marca país.	Fortalecidas las alianzas estratégicas con el sector privado y la academia.			N/A	<p>La Presidencia de PROESA mantiene reuniones de acercamiento, con el sector privado, entre ellas Calvo, OPP Film Salvador GG, Teleperformance, Walmart y Palladium.</p> <p>De igual manera mantiene comunicación con representantes de gremiales empresariales vinculados a la labor de PROESA y con Organismos Internacionales, Agencias de Cooperación y Universidades del país, reuniéndose con COEXPORT, CAMTEX y AMCHAM.</p> <p>En razón de lo anterior se organizó el intercambio de oportunidades de inversiones y exportaciones con la Cámara de Comercio de China y Delegación de Empresas Chinas, en las instalaciones de la Cancillería. Lo anterior permite fortalecer y mejorar las estrategias de promoción de exportaciones, atracción de inversiones, diseño de proyectos de APP y mejora del clima de negocios.</p>	<p>El factor de riesgo para continuar manteniendo interlocución con los distintos gremios empresariales, academia, entre otros, es la actual coyuntura de Transición Gubernamental</p>	Anual	Presidencia

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE INVERSIONES										
OE2 Incrementar nuevas inversiones en sectores estratégicos y fomentar la expansión de las existentes para contribuir al desarrollo económico y social del país a través de la generación de más y mejores empleos.	R 2.1: Incrementada la Atracción y Expansión de inversiones en Sectores Priorizados	IVO R2.1: Nuevos empleos generados por nuevas inversiones o expansiones *	2,000	3,294	165%	<p>En total de enero a junio se generaron 3,294 compromisos de empleos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 167 por 4 nuevas empresas del sector Servicios Empresariales a Distancia, los cuales provienen de Uruguay, El Salvador y Guatemala. - 3,127 por 7 expansiones de los sectores (6 Servicios Empresariales a Distancia, 1 Desarrollo Inmobiliario), provenientes de El Salvador, China, Brasil, Canadá y Francia. <p>En el Segundo Trimestre:</p> <p>Se generaron 2,945 compromisos de empleos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 50 por 1 nueva empresa de sector Servicios Empresariales a Distancia (SED) de Guatemala. - 2,895 por 4 Expansiones (3 del sector SED y 1 del sector Desarrollo Inmobiliario) de El Salvador, Brasil, China, Canadá y Francia. <p>En el primer trimestre:</p> <p>Se generaron 349 compromisos de empleos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 117 por 3 nuevas empresas del sector Servicios Empresariales a Distancia, los cuales provienen de Uruguay, El Salvador y Guatemala. - 232 por 3 expansiones del sector Servicios Empresariales a Distancia (1 expansión de Textil y Confección no generó compromiso de empleo), provenientes de El Salvador y China. 	La generación de nuevos empleos se puede ver afectada por diferentes factores relacionados al clima de inversión del país como la inseguridad en el país, costos operativos, incertidumbre, entre otros, estos factores hacen que las empresas ya no vean a El Salvador como un potencial destino para establecimiento de sus inversiones.	Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
		IVO R2.2: Nuevos montos de inversión comprometidos.	\$300,000,000.00	\$ 35,117,000.00	12%	<p>En total de enero a mayo se generaron \$35,117,000 de compromisos de inversión por un total de 13 proyectos de inversión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - \$867,000.00 por 4 nuevas empresas Servicios Empresariales a Distancia, los cuales provienen de Uruguay, El Salvador y Guatemala. - \$34,250,000.00 por 9 proyectos de expansión (6 sector Servicios Empresariales a Distancia, 1 Desarrollo Inmobiliario y 2 de Textil y Confección), provenientes de El Salvador, China y Francia. <p>En el Segundo Trimestre:</p> <p>Se generaron \$32,850,000.00 de compromisos de inversión por un total de 3 proyectos de inversión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - \$350,000.00 por 1 nueva empresa (sector Servicios Empresariales a Distancia), la cual proviene de Guatemala. - \$32,500,000.00 por 5 expansiones (3 de SED, 1 de Textil y Confección y 1 de Desarrollo inmobiliario), provenientes de El Salvador, Brasil, Canadá y Francia. <p>En el primer trimestre:</p> <p>Se generaron \$2,267,000 de compromisos de inversión por un total de 7 proyectos de inversión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - \$517,000.00 por 3 nuevas empresas (3 sector Servicios Empresariales a Distancia), los cuales provienen de Uruguay, El Salvador y Guatemala. - \$1,750,000.00 por 4 proyectos de expansión (3 sector Servicios Empresariales a Distancia y 1 de Textil y Confección), provenientes de El Salvador y China. 		Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
		IVO R2.3: Ratio de conversión de potenciales inversiones a compromisos de inversión	20%		N/A	Este indicador se reporta anualmente.		Anual	GPIN Y GAI	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE INVERSIONES										
OE2 Incrementar nuevas inversiones en sectores estratégicos y fomentar la expansión de las existentes para contribuir al desarrollo económico y social del país a través de la generación de más y mejores empleos.	A.2.1.2: Realizar acciones de acercamiento y seguimiento a potenciales inversionistas o multiplicadores relacionados con la inversión, incluyendo la organización y coordinación de agendas de trabajo	Número de Due diligence o repuestas a cuestionarios enviados	185	51	28%	<p>En total se enviaron 51 Due Diligence correspondientes a los sectores Energía, Textil y confección, Turismo, Servicios Empresariales a Distancia, Manufacturas Livianas y Agroindustria.</p> <p>En el segundo trimestre: Se enviaron 26 Due Diligence correspondientes a los sectores Manufacturas livianas, Energía, Agroindustria, Turismo, SED y Textil y Confección.</p> <p>En el primer trimestre: Se enviaron 25 Due Diligence correspondientes a los sectores Energía, Textil y confección, Turismo, Servicios Empresariales a Distancia, Manufacturas Livianas y Agroindustria.</p>	En la medida que otras instituciones de gobierno brinden el mismo apoyo y asistencia de la Gerencia, podría verse reducido el número de información y asistencia dada. Asimismo, los factores relacionados al clima de inversión del país afectan el interés de potenciales inversionistas en evaluar El Salvador como destino de sus inversiones por lo que se verán disminuidos los requerimientos de información o apoyos solicitados.	Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
		Número de Leads	110	41	37%	<p>Se generaron 41 Leads de los Sectores Servicios Empresariales a Distancia, Textil y confección, Turismo, Desarrollo Inmobiliario y Multisectorial, dichos leads corresponden a los países El Salvador, Alemania, China, Chile, Canadá, Guatemala, Estados Unidos, India, México, Uruguay y Brasil.</p> <p>En el segundo trimestre: Se generaron 22 Leads de los Sectores Turismo, Multisectorial, SED, Desarrollo Inmobiliario y Textil y Confección, los cuales corresponden a los países de Guatemala, El Salvador, EE.UU., India, México, Uruguay y Brasil.</p> <p>En el Primer trimestre: Se generaron 19 Leads de los Sectores Servicios Empresariales a Distancia, Textil y confección, Turismo y Multisectorial, dichos leads corresponden a los países El Salvador, Alemania, China, Chile y Canadá.</p>	La generación de leads se puede ver afectada por diferentes factores relacionados al clima de inversión del país como la inseguridad en el país, costos operativos, incertidumbre, estos factores hacen que las empresas ya no vean a El Salvador como un potencial destino para establecimiento de sus inversiones. Asimismo, el no poder llevar a cabo Misiones Oficiales, es un factor que influye ya que es a través de dichas misiones en donde se generan la mayor parte de leads como potenciales inversionistas.	Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
		Número de Contactos generados	530	298	56%	<p>Se generaron 298 contactos: 273 de los sectores estratégicos de PROESA y 25 de proveedores de servicios.</p> <p>En el segundo trimestre: Se generaron 183 contactos: 163 de los sectores estratégicos de PROESA y 20 de proveedores de servicios</p> <p>En el Primer trimestre: Se generaron 115 contactos: 110 de los sectores estratégicos de PROESA y 5 de proveedores de servicios.</p>	A través de las Misiones Oficiales se generan la mayor cantidad de contactos, por lo que esta meta depende de la realización de la mismas.	Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
		Número de Visitas de Campo (site visits)	60	22	37%	<p>Se generaron 22 Site Visits, correspondientes a los sectores Agroindustria, Desarrollo Inmobiliario, Textil y Confección, Energía, SED, Turismo y Multisectorial pertenecientes a los países El Salvador, India, China, Panamá, Costa Rica, EE.UU. y Holanda.</p> <p>En el segundo trimestre: Se generaron 9 Site Visits, correspondientes a los sectores Agroindustria, Desarrollo Inmobiliario, Turismo, Multisectorial, Energía y SED pertenecientes a los países El Salvador, China, EE.UU. y Holanda.</p> <p>En el Primer trimestre: Se generaron 13 Site Visits, correspondientes a los sectores Textil y Confección, Energía y Servicios empresariales a distancia, pertenecientes a los países El Salvador, India, China, Panamá y Costa Rica.</p>	Las visitas de campo (site visits) se pueden ver afectadas por diferentes factores relacionados al clima de inversión del país (inseguridad, costos operativos altos, incertidumbre, entre otros), ya que las empresas no ven a El Salvador como un potencial destino para establecimiento de sus inversiones.	Trimestral	GPIN	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE INVERSIONES										
	A.2.1.3: Asesorar y asistir en los procesos de establecimiento, inicio, expansión y en sus necesidades para operar efectivamente, apoyando en la agilización de los mismos con un acercamiento estratégico y sistemático	Número de visitas de Seguimiento	20	14	70%	<p>Se realizaron 14 visitas de seguimiento a empresas de los sectores Aeronáutica, Comercio, Energía, Servicios Empresariales a Distancia, Textil y confección, Agroindustria, Desarrollo Inmobiliario y Manufactura Liviana.</p> <p>En el segundo trimestre: Se realizaron 6 visitas de seguimiento a empresas de los sectores Aeronáutica, Comercio, Desarrollo Inmobiliario, SED y Manufacturas Livianas.</p> <p>En el primer trimestre: Se realizaron 8 visitas de seguimiento a empresas de los sectores Energía, Servicios Empresariales a Distancia, Textil y confección y Agroindustria.</p>	Este indicador pudiese verse afectado si las empresas deciden no abrir sus puertas a la institución. O si buscan apoyo de otras instituciones que están haciendo las mismas gestiones que la Dirección de Inversiones.	trimestral	GAI	GOES
		Número de casos atendidos de empresas en establecimiento e inicio de operación	60	7	12%	<p>Se han atendido 7 casos de empresas de inicio de operaciones en los sectores de Turismo, Energía, Textiles y Confección y Manufactura Liviana.</p> <p>En el segundo trimestre: Se atendieron 6 empresas en el inicio de operaciones de los sectores Turismo, Energía, Textil y Confección y Manufacturas livianas.</p> <p>En el Primer trimestre: Se atendió a una empresa de inicio de operaciones del sector de energía.</p>	Que otras instituciones de gobierno realicen las mismas actividades de atención al inversionista. Si el clima de inversiones mejorara sustancialmente los inversionistas no buscarían de nuestro apoyo para su establecimiento.	trimestral	GAI	GOES
		Número de casos atendidos de empresas establecidas	150	15	10%	<p>Se atendieron 15 casos de empresas establecidas de los sectores Servicios Empresariales a Distancia, Energía, Manufacturas livianas Textil y Confección y Comercio.</p> <p>En el segundo trimestre: Se atendieron a 11 empresas establecidas de los sectores Energía y Manufacturas Livianas, Servicios Empresariales a Distancia, Textil y Confección y Comercio.</p> <p>En el Primer trimestre: Se atendieron a 4 empresas establecidas de los sectores Servicios Empresariales a Distancia y Manufacturas livianas.</p>	Que otras instituciones de gobierno realicen las mismas actividades de atención al inversionista. Si el clima de inversiones mejorara sustancialmente los inversionistas no buscarían de nuestro apoyo para sus operaciones diarias.	trimestral	GAI	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE EXPORTACIONES										
O.E3 Incrementar las exportaciones de bienes y servicios, facilitando el máximo aprovechamiento de tratados comerciales y concertación de alianzas estratégicas para el desarrollo de los encadenamientos productivos, así como mayor acceso a servicios de inteligencia económica y de mercados, asistencia técnica especializada y promoción a exportadores.	R 3.1: Fortalecidas las capacidades de las empresas exportadoras y con potencial exportador, para facilitar el acceso a mercados internacionales.	IVO R3.1A Tasa de crecimiento de las exportaciones de las empresas atendidas con servicios de promoción y venta[1]	3.50%		N/A	El presente indicador tiene frecuencia de revisión anual.		Anual	Dirección de Exportaciones	GOES
	R 3.2 Difundida y Promocionada la oferta exportable	IVO R3.1B Nuevas empresas exportando	6	2	33%	En el segundo trimestre, se reportan las siguientes nuevas empresas exportadoras: 1. Kricia Ileana Crespin Galdámez, Tacachico Internacional, sector agroindustria, pescado salado y fresco, Guatemala, US\$ 139,033 acumulado, Programa EPAP y Club EPAP y servicios de asesoría especializada. 2. Claire S.A. de C.V. (PEKAMAYA), sector alimentos y bebidas, dulces típicos, EEUU, \$1500.00, Programa EPAP y servicios de asesoría especializada.		Trimestral	Dirección de Exportaciones	GOES
	A.3.1.1: Capacitar y desarrollar foros especializados	Número de empresarios(as) formados(as) a través de capacitaciones y foros especializados	265	148	56%	Total de empresarios(as) formados(as): 148 (72 hombres y 76 mujeres) los cuales pertenecen a los sectores: agro alimentos y bebidas 45, manufacturas diversas 61 y servicios 13. En el segundo trimestre: 4. Charla Formativa: "Las mejores prácticas que debemos conocer de las empresas y multilaterales para prevenir el fraude en las empresas", 27 de junio 2019, asistieron 12 personas (7 mujeres y 5 hombres) representantes de 9 empresas de sector Servicios. 3. Formación especializada Modelo de negocios para la exportación Canvas, el 4 y 5 de mayo, asistieron 40 personas (15 mujeres y 25 hombres) representantes de empresas de manufacturas diversas. En el primer trimestre: 1. Formación especializada al sector cafetalero, 30 de enero 2019, participaron 10 representantes de empresas (4 mujeres y 6 hombres) del sector agro alimentos y bebidas. 2. Conversatorio Estrategias de negociación para la internacionalización, 14 de marzo 2019, asistieron 86 personas (50 mujeres y 36 hombres) de 60 empresas exportadoras y con alto potencial exportador (4 de servicios, 35 de agro alimentos y bebidas y 21 de Manufacturas Diversas).		trimestral	GDEX	GOES
	Número de programas de formación realizados	2	2	100%	Total de programas realizados a Junio: 2 En el segundo trimestre: 2. Proyecto A314 ITC E COMMERCE, del 6 al 8 de mayo, asistieron 25 mujeres representantes de empresas de manufacturas diversas. En Junio se llevó a cabo el taller "B" a Mentores de El Salvador y otros países participantes desde Panamá y Nicaragua, en el cual se tuvo la formación sobre E commerce para posteriormente trasladarla a las empresarias. Concluyó el Club EPAP el 15 mayo, asistieron 14 personas (6 mujeres y 8 hombres) representantes de 14 empresas. En el primer trimestre: 1. Programa Club EPAP: Inició el 4 de febrero y concluirá el 15 de mayo 2019, con la participación en el 6to. Encuentro de negocios. 14 empresas han sido seleccionadas como beneficiarias (8 de agro alimentos y bebidas, 2 de manufacturas diversas y 4 de servicios).		Anual	GDEX	GOES	

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE EXPORTACIONES										
	A.3.1.2: Brindar asistencia técnica a las y los empresarios facilitando información de mercado estratégica a la medida y acompañamiento personalizado y especializado en su preparación hacia mercados internacionales.	Número de empresas atendidas con asesorías especializadas e información de mercado	215	226	105%	<p>Total de asesorías especializadas 226 de los sectores: 140 empresas de Agro alimentos y bebidas; 54 empresas de Manufactura Diversa; 32 empresas de Servicios.</p> <p>En el segundo trimestre: 117 empresas atendidas según detalle: 66 empresas de Agro alimentos y bebidas; 35 empresas de Manufactura Diversa; 16 empresas de Servicios.</p> <p>En el primer trimestre: 109 empresas atendidas según detalle: 74 empresas de Agro alimentos y bebidas; 19 empresas de Manufactura Diversa; 16 empresas de Servicios.</p>		trimestral	GDEX	GOES
	A.3.2.1: Coordinar, ejecutar y brindar seguimiento a ferias internacionales, misiones comerciales y misiones a la inversa	Número de eventos de promoción comercial realizados	8	4	50%	<p>Total de eventos de promoción comercial: 5, visitando 4 países: EE.UU. (San Francisco, CA), Panamá, Corea, Rusia y una misión a la inversa en El Salvador.</p> <p>En el segundo trimestre se participó en 2 eventos, visitando 1 país: Corea y una misión a la inversa en El Salvador.</p> <p>4. VI ENCUENTRO DE NEGOCIOS, rueda de negocios realizada el 15 de mayo en San Salvador, donde participaron 18 compradores extranjeros y 56 empresas exportadoras, las cuales reportan expectativas de negociación de \$1,345,020.00</p> <p>5. MISIÓN COMERCIAL A COREA: del 16 al 24 de mayo, participaron 4 empresas exportadoras que reportan expectativas de exportación de \$166,000</p> <p>En el primer trimestre se participó en 2 eventos, visitando 2 países: EE.UU. (San Francisco, CA) y Panamá.</p> <p>1. Feria GDC en San Francisco California, del 18 al 22 de marzo, participaron 4 empresas, montos negociados \$20,000.00</p> <p>2. Feria EXPOCOMER, en Panamá Ciudad, del 25 al 29 de marzo, participando 10 empresas como expositoras y 3 como visita guiada, montos negociados \$250,000.00</p> <p>3. Feria COFFEE AND TEA RUSSIAN EXPO 2019, Rusia, del 10 al 16 de marzo, la delegación estuvo compuesta por 14 empresarios del sector Agroindustria (13 hombres y 1 mujer), no se reportan montos negociados.</p>		Trimestral	GPC	GOES
		Número de empresas participantes en ferias y misiones comerciales	100	79	79%	<p>Total de empresas participantes en ferias y misiones: 93 (4 de servicios, 64 agro alimentos y 25 de manufacturas diversas).</p> <p>En el segundo trimestre: 62 empresas (47 de agro alimentos y 15 de manufacturas diversas)</p> <p>3. VI ENCUENTRO DE NEGOCIOS: participaron 43 empresas de alimentos y bebidas y 15 de manufacturas diversas</p> <p>4. Misión comercial a Corea: participaron 4 empresas del sector agroindustria.</p> <p>Primer trimestre: 31 empresas (4 de servicios, 17 de agro alimentos y 10 de manufacturas diversas)</p> <p>1. Feria GDC: participaron 4 empresas de Servicios.</p> <p>2. Feria EXPOCOMER, participaron 13 empresas (10 de manufacturas diversas como expositoras y 3 de agro alimentos como visita guiada)</p> <p>3. Feria COFFEE AND TEA RUSSIAN EXPO 2019, participaron 14 empresas del sector agroindustria.</p>		Trimestral	GPC	GOES
		Número de prospecciones de nuevos eventos de promoción comercial	1	0	0%	No se reportan prospecciones de nuevos eventos de promoción comercial.	Dicha actividad se encuentra a la espera de nuevos lineamientos por parte de las nuevas autoridades.	Trimestral	GPC	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE EXPORTACIONES										
	A.3.2.2: Coordinar, ejecutar y brindar seguimiento a las actividades de identificación de oportunidades comerciales	Número de oportunidades Comerciales Identificadas	25	3	12%	Total de oportunidades comerciales identificadas: 3 del sector Manufacturas Diversas. En el segundo trimestre no se identificaron oportunidades comerciales, sin embargo se ha estado preparando un evento enfocado al mercado Costarricense. En el Primer Trimestre: 3 oportunidades captadas del sector Manufacturas Diversas, divulgadas a 5 empresas exportadoras salvadoreñas.		Trimestral	GPC	GOES
	A.3.2.3: Actualizar el directorio y catálogo de oferta exportable, en coordinación con las gremiales del sector privado vinculadas.	Número de directorios digitales de empresas exportadoras salvadoreñas actualizados.	1	1	100%	Se realizó la adaptación del documento a la nueva imagen institucional, y ya se cuenta con la versión digital del mismo.		Anual	GPC	GOES
DIRECCIÓN DE ASOCIOS PÚBLICO PRIVADOS										
OE4 Incrementar la capacidad financiera y técnica de las Instituciones Contratantes del Estado para generar proyectos de infraestructura, servicios públicos y de interés general de alta envergadura y rentables social y económicamente.	R 4.1: Proyectos de socios público privados (APP), estructurados.	IVO R4.1A: Número de proyectos asesorados respecto a su viabilidad por la modalidad de APP	2	3	150%	En el trimestre se ha dado asesoramiento a los siguientes proyectos: 1) Parques en el Centro de Gobierno de San Salvador. 2) Mejoramiento de Aduanas terrestres: Anguiatú, Amatillo, Hachadura y El Poy 3) Nuevo Centro de Gobierno El asesoramiento de la Dirección ha consistido en la elaboración de todos los estudios económicos necesarios que determina si los proyectos en comento son factible de implementarse mediante la modalidad de APP.	Para cumplir este indicador es necesario que las instituciones presenten proyectos para poder asesorarlas respecto a su viabilidad bajo la modalidad APP.	Anual	DAPP	GOES
		IVO R4.1B: Número de Proyectos estructurados bajo la modalidad de APP.	1		N/A	Indicador anual. Avances en el segundo trimestre: Se ha trabajado en conjunto con los equipos multidisciplinarios del MOPT y de CEPA con el fin de continuar avanzando en la estructuración de los proyectos Iluminación y Video vigilancia de Carreteras y Terminal de Carga, respectivamente. El porcentaje de estructuración de los mismos es alto y se alcanzaría una vez se cierren definitivamente el documento de las Bases de Licitación y borrador de contrato.		Anual	DAPP	GOES
	A.4.1.1: Desarrollar eventos para la promoción y sensibilización de la modalidad de APP en sectores estratégicos.	Número de eventos llevados a cabo	1	1	100%	En abril se llevó a cabo un evento con Periodistas.		Anual	GLAPP	GOES
	A.4.1.2: Evaluar proyectos públicos de inversión con potencial para ser desarrollados como APP	Número de proyectos en evaluación	1	3	300%	Se mantienen los siguientes proyectos: 1) Hachadura Kilo 5. 2) Nuevo Centro de Gobierno. 3) Parque Científico Tecnológico. Se ha trabajado en conjunto con el MOPT y el consultor contratado en el Estudio de Factibilidad del proyecto Hachadura-Kilo 5, teniendo un avance importante en el mismo. PROESA ha dado soporte legal, económico y técnico al consultor y se han supervisado sus entregables.		Anual	GEFAPP	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE ASOCIOS PÚBLICO PRIVADOS										
OE4 Incrementar la capacidad financiera y técnica de las Instituciones Contratantes del Estado para generar proyectos de infraestructura, servicios públicos y de interés general de alta envergadura y rentables social y económicamente.	A.4.1.3 Elaborar bases de licitación pública internacional y contratos	Número de proyectos con bases y contratos diseñados	1		N/A	Indicador anual. Se han desarrollado las bases de licitación de los proyectos Terminal de Carga del AIESMOARG y de Iluminación y Video vigilancia de Carreteras, sin embargo las mismas aún no han sido sometidas a la aprobación del Consejo Directivo de PROESA.		Anual	GEFAPP	GOES
	A.4.1.4: Promocionar los proyectos de APP	Número de eventos de promoción realizados	1	1	100%	Se realizó evento de promoción de la cartera de proyecto de la Dirección de APP el 8 de mayo de 2019.	Los retrasos en las aprobaciones administrativas necesarias para la aprobación de las Bases de Licitación y el borrador de contrato, pueden limitar el cumplimiento de esta meta.	Anual	GLAPP	GOES
DIRECCIÓN NACIONAL MARCA PAÍS										
OE5 Liderar el posicionamiento de El Salvador con base a la Estrategia "Marca País" como país atractivo para la inversión, el comercio y el turismo.	R 5.1: Desarrollada la Estrategia de "Marca País" (El Salvador) a nivel nacional, regional e internacional y establecidos los mecanismos para su sostenibilidad.	IVO R5.1A: Marca País lanzada y adoptada por sector público y privado de El Salvador	20% de las empresas invitadas a formar parte del programa de Licenciamientos de la Marca País El Salvador, adoptan la Marca.	51%	256%	En total de enero a junio se han invitado 88 empresas a participar en el programa de licenciamiento, 45 de ellas ya forman parte del programa y ya cuentan con contrato firmado. Esto genera la relación del 51% de las empresas invitadas a formar parte del programa y que ya poseen contrato firmado, lo que a su vez representa un avance relativo de 256% en relación a la meta definida del 20%. Entre abril y junio del presente año, se han invitado 38 empresas a participar en el programa de licenciamiento, 12 de ellas ya forman parte del programa y además ya cuentan con contrato firmado. Durante el primer trimestre del año, se han invitado 50 empresas a participar en el programa de licenciamiento de las cuales 33 ya forman parte del programa y ya cuentan con contrato firmado.		Anual	GAMP	GOES
		IVO R5.1B: Plataforma institucional y financiera para el funcionamiento sostenible de la Estrategia Marca País funcionando	Al menos 5 convenios y alianzas con sectores: público, privados y cooperación.		N/A	Indicador anual.	El cambio de gobierno implica ajustes en las prioridades y aún no se tiene directrices sobre la marca país.	Anual	GAMP	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
GERENCIA DE ANÁLISIS DE POLÍTICAS E INTELIGENCIA DE MERCADOS										
OE2 Incrementar nuevas inversiones en sectores estratégicos y fomentar la expansión de las existentes para contribuir al desarrollo económico y social del país a través de la generación de más y mejores empleos.	A.2.1.1: Generar información para promoción de país, generación de estrategias sectoriales y atención de requerimientos Especializados de información de potenciales inversionistas e inversionistas establecidos	Número de Guías del inversionista elaboradas	1		N/A	Indicador anual. La Guía del inversionista se tiene prevista para el cuarto trimestre el año		Anual	GAPIM	GOES
		Número de actualizaciones realizadas a la presentación país	12	6	50%	Una de las herramientas de venta más importantes utilizadas para promover el país con potenciales inversionistas es la presentación país. Es por eso que se han realizado 6 actualizaciones de la presentación país en inglés y español (una por mes, de enero a junio), las cuales se publicaron en la intranet y notificaron vía correo electrónico.		Mensual	GAPIM	GOES
		Número de presentaciones sectoriales elaboradas	7	6	86%	Complementario a la presentación país, se han actualizado las presentaciones sectoriales para que sirvan de apoyo a los especialistas de promoción de inversión para dar a conocer las ventajas y oportunidades de inversión específicas para sus sectores. De enero a junio se han actualizado 6 presentaciones sectoriales: Manufactura liviana, Turismo, Energía, Agroindustria, Textil y confección y Aeronáutica.		Mensual	GAPIM	GOES
		Número de actualizaciones realizadas de información económicas y de país en sitio web (inversiones)	2	1	50%	Se realizó la primera actualización de la información económica y de promoción país en el sitio web. La segunda actualización se prevé para el segundo semestre del año.		Semestral	GAPIM	GOES
		Número de actualizaciones realizadas a la aplicación móvil (app)	2	1	50%	Los contenidos de la aplicación móvil se actualizaron en abril, la app está disponible en sistema Android. La segunda actualización se prevé para el segundo semestre del año		Semestral	GAPIM	GOES
		Número de requerimientos de información sobre EXP-INV APP atendidos	400	205	51%	De enero a junio 2019, se trabajaron 205 requerimientos de información a solicitud de las direcciones de PROESA, Presidencia y clientes externos diversos, en los cuales se ha invertido 831 horas de investigación	Debido a que los requerimientos de información son a solicitud de usuarios internos y externos, una menor demanda de información, podría limitar el alcance de la meta	Mensual	GAPIM	GOES
	A.2.1.5: Identificar obstáculos a la inversión y elaborar propuestas de mejora al clima de negocios	Número de reportes de monitoreo de indicadores económicos elaborados	4	2	50%	Se elaboró el segundo Reporte Trimestral de Indicadores Económicos y Sociales correspondientes al segundo trimestre de 2019, el cual se publicó en la intranet y notificó vía correo electrónico. Se elaboró un Reporte Trimestral de Indicadores Económicos y Sociales correspondientes al primer trimestre de 2019, el cual se publicó en la intranet y notificó vía correo electrónico.		Trimestral	GAPIM	GOES
	Informe anual de inversiones elaborado	1	1	100%	Informe completado y presentado internamente según lo programado en el plan de trabajo.		Anual	GAPIM	GOES	

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
GERENCIA DE ANÁLISIS DE POLÍTICAS E INTELIGENCIA DE MERCADOS										
OE3 Incrementar las exportaciones de bienes y servicios, facilitando el máximo aprovechamiento de tratados comerciales y concertación de alianzas estratégicas para el desarrollo de los encadenamientos productivos, así como mayor acceso a servicios de inteligencia económica y de mercados, asistencia técnica especializada y promoción a exportadores.	A.3.1.2: Brindar asistencia técnica a las y los empresarios facilitando información de mercado estratégica a la medida y acompañamiento personalizado y especializado en su preparación hacia mercados internacionales.	Número de Guías del exportador actualizadas	1		N/A	Indicador anual. La guía de exportación de servicios se actualizará en el último trimestre del año, según lo programado		Anual	GAPIM	GOES
	A.3.1.4: Generar información estratégica de mercado en sectores priorizados y análisis especializados para la toma de decisiones de autoridades institucionales, sector público y sector privado.	Informe anual de comercio exterior elaborado	1	1	100%	El informe anual de comercio exterior se trabajó en febrero en la plataforma de Power BI. Este informe incluye datos de exportaciones e importaciones, por lo que permite conocer de manera interactiva la relación comercial que El Salvador posee con los diferentes países a nivel internacional a nivel de sectores y productos.		Anual	GAPIM	GOES
		Informe mensual de exportaciones elaborado	12	6	50%	Se han elaborado 6 informes mensuales de desempeño de las exportaciones (uno en cada mes de enero a junio).	Los informes se trabajan a partir de datos de BCR y Aduanas, por lo que su elaboración está sujeta a los datos provistos por dichas instituciones.	Mensual	GAPIM	GOES
		Reportes Proactivos sobre tendencias y oportunidades sectoriales para exportaciones elaborados	12	6	50%	Se han elaborado 6 reportes proactivos sobre tendencias y oportunidades de exportación para los siguientes sectores: Café en Argentina (enero), Productos plásticos biodegradables (febrero), Videojuegos en EE.UU. (marzo), Alimentos en República Dominicana (abril), Videojuegos para redes sociales (mayo) y Tendencias de Alimentos y Bebidas de salud y bienestar (junio).		Mensual	GAPIM	GOES
UNIDAD DE GÉNERO										
OE1, OE2, OE3, OE4 Y OE5.	R 6.1: PROESA apoyada técnicamente mediante la realización de acciones que contribuyen a la puesta en marcha de las estrategias y prioridades de la institución, dentro del marco normativo vigente y desde la perspectiva de género.	IVO R6.2: Política de Género institucionalizada	Política de Género implementada en lo referente a programación del año 1.		N/A	Indicador anual. Avances en el segundo trimestre: El Documento de la PIIND aún no se ha publicado, debido a que se está adaptado a la nueva línea gráfica que Presidencia ha indicado utilizar en todos los documentos institucionales. Asimismo, se ha revisado su contenido de manera que las nuevas autoridades institucionales lo conozcan y validen. Avances en el primer trimestre: Documento ajustado, versión final - La unidad de comunicación institucional finalizó la revisión, ajuste y entrega de la versión final de la PIIND, por lo que dio paso a la diagramación para la impresión y publicación final.	Persiste, atraso en imprimir y publicar la PIIND, debido a que la nueva administración presidencial ha girado una nueva línea gráfica a utilizar a nivel institucional. No realizar el lanzamiento de la PIIND pone en riesgo la implementación de la misma, ya que será el nuevo titular quien retome el tema y haga el lanzamiento una vez la conozca.	Anual	UE	GOES
		IVO R6.3: Plan de igualdad y equidad institucionalizado	Plan de igualdad institucional elaborado	1	100%	Avances en el segundo trimestre: - Concluyó la revisión y ajuste del Plan de Acción de la PIIND con el apoyo de la Gerencia de Planeamiento y Desarrollo Institucional. Se procederá a la socialización con las diversas Direcciones y Unidades para avanzar en la construcción del Plan de Igualdad Institucional- PROESA. - Se ha iniciado la elaboración del Plan Institucional para la Igualdad que PROESA impulsará desde la perspectiva de la "Autonomía Económica", el cual será aprobado por ISDEMU. Avances en el primer trimestre: Indicadores ajustados para el desarrollo del Plan de Acción de la PIIND - Se realizaron 5 sesiones de trabajo con la Gerencia de Planeamiento y Desarrollo Institucional, de enero a marzo, para revisar y ajustar los indicadores de la PIIND.	El atraso en la ejecución de la PIIND y el no adoptar el Plan de Acción traerá como consecuencia una interrupción en la transversalización del enfoque de género al interior de PROESA.	Anual	UE	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
UNIDAD DE GÉNERO										
	A.6.1.9: Facilitar la transversalización del principio de igualdad y no discriminación en las políticas, planes, programas, proyectos, normativas y acciones de PROESA.	Instrumento de compilación de datos estadísticos creado	1		N/A	Indicador anual. Avances en el segundo trimestre: - Se cuenta con coordinación con la persona responsable en el ISDEMU, quien por competencia es la Comisión de Autonomía Económica la encargada de asesorar acorde a lineamientos del SEMI, para que PROESA pueda capturar brindar datos de manera desagregada de las y los beneficiarios de los servicios que brinda. - Ya se tiene el borrador del instrumento de compilación de datos estadísticos, esta pendiente la revisión por parte de la persona responsable en el ISDEMU.	El no contar con este instrumento, hace que no se visualice la aportación de PROESA en el compendio de estadísticas e indicadores de género de ISDEMU y del Sistema Nacional de Igualdad Sustantiva.	Anual	UE	GOES
		Estudio de viabilidad de programas de Apoyo a la Mujer Exportadora elaborado	1		N/A	Indicador anual. Avances en el segundo trimestre: Se realizaron reuniones con la UCA y la UES, con el fin de gestionar apoyo de las facultades de ciencias económicas para el diseño del Diagnóstico sobre la condición y situación de las mujeres exportadoras que atiende PROESA.	El atraso se debe a los nuevos escenarios nacionales dentro de las instituciones, lo cual genera incertidumbre para impulsar programas dirigidos a fortalecer la autonomía económica de las mujeres en el país. Para nuestro caso, se esta a la espera que confirmen si es factible dar seguimiento a la PIIND-aprobada por el titular anterior.	Anual	UE	GOES
		% del Personal de PROESA sensibilizado en distintas temáticas para la transversalidad del enfoque de género.	40%	24	36%	Avances en el segundo trimestre: 24 personas (14 mujeres y 10 hombres) han sido capacitadas en temas de género de la siguiente manera: - 23 Personas (13 mujeres y 10 hombres) concluyeron el curso presencial ABC de la Igualdad Sustantiva, el cual se desarrolló en 5 talleres de 8 horas cada uno. Se espera obtener notas y certificados de aprobación en julio para proceder a la entrega de los mismos. - 1 mujer finalizó el Diplomado Especializado en Género y Feminismo a través de la Fundación Guatemala y la Universidad Autónoma de México, con la aprobación de la tesina, la graduación esta programada para la primera semana de agosto en la ciudad de Guatemala. Avances en el primer trimestre: Coordinación interinstitucional con EFIS-ISDEMU -PROESA para llevar a cabo 2 procesos de formación, el primero ABC de la Igualdad Sustantiva y el segundo proceso de formación sobre el ABC de masculinidades.	La falta de voluntad e interés del personal en participar en las capacitaciones, talleres o eventos relacionados a las temáticas de género impacta en el no cumplimiento de la meta. Asimismo, la no aplicación de los conocimientos adquiridos por el personal que ya ha sido capacitado, imposibilita el avance en la cultura encaminada a la eliminación de la desigualdad.	Trimestral	UE	GOES
		Número de Acciones afirmativas impulsadas para fortalecer la transversalización de la perspectiva de género.	8	3	38%	En el segundo trimestre se llevó a cabo: 4. Armonización de la normativa interna para la adopción al enfoque de género - Manual de Políticas y Procedimientos. Se inició la revisión del documento, incorporando el uso del lenguaje inclusivo e introducción de perspectiva de género en los contenidos. En el primer trimestre se llevaron a cabo: 1. Conmemoración de fechas: Día Internacional de la Mujer. Realización del 2° Dialogo Café "Entre mujeres tejemos sororidad descubriendo mismidad". Participaron 31 mujeres que laboran en PROESA. 2. Participación en la Asamblea Extraordinaria del Sistema Nacional de Igualdad, en donde se presentaron los resultados de la implementación del segundo Plan Nacional de Igualdad a 2018. 3. Cumplimiento de Normativas y Leyes: Entrega del Protocolo de actuación en caso de acoso sexual, acoso laboral y discriminación impreso a todo el personal de PROESA, de manera que conozcan su aplicación en caso de ser víctima de algún tipo de acoso y prevenir que se cometan actos de acoso en la institución.		Trimestral	UE	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 30 DE JUNIO DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 30 de Junio de 2019	% de avance	Descripción del avance de Enero a Junio 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que pueden impedir o limitar el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
UNIDAD AMBIENTAL										
OE1, OE2, OE3, OE4 Y OE5.	RESULTADO 6.1 PROESA apoyado técnicamente mediante la realización de acciones que contribuyen a la puesta en marcha de las estrategias y prioridades de la institución, dentro del marco normativo vigente y desde una perspectiva de género.	Diagnóstico ambiental de PROESA elaborado	1	1	100%	Se elaboró el Diagnóstico Ambiental de PROESA, el cual muestra el nivel de la gestión ambiental que hace la institución, considerando para ello los siguientes aspectos: Organización Institucional, Saneamiento Ambiental, Cambio Climático y Gestión del Riesgo, Eficiencia Energética, Compras Verdes y Responsabilidad y Cumplimiento.		Anual	UA	GOES
		Política ambiental de PROESA elaborada	1		N/A	Indicador anual. Avances del segundo trimestre: Como parte de la elaboración de la política se requiere previo haber conformado el Comité de Gestión Ambiental de PROESA. Con quienes se elabora esta política. Esta acción ya se realizó.		Anual	UA	GOES
	A.6.1.10: Facilitar y coordinar las acciones y mecanismos de gestión ambiental de PROESA.	Número de capacitaciones en temas ambientales realizadas	3		N/A	Indicador semestral. Las actividad que estaba programada para el mes de abril se reprogramó para el mes de septiembre.		Semestral	UA	GOES
		Número de campañas de sensibilización sobre gestión ambiental realizadas	5		N/A	Indicador semestral. Las activadas que estaban programadas para los meses de abril y junio se han reprogramado para el mes de agosto.		Semestral	UA	GOES

* Se refiere a compromisos de generación de empleo expresados por los inversionistas.

** Servicios de Promoción y Venta: asesorías que tienen un alto potencial para desarrollar la oferta exportable, servicios específicos de Rueda de Negocios, oportunidades comerciales, participación en misión comercial y participación en feria internacional

Resumen alcance de metas PAO 2019 al 30 de junio 2019.		
Categoría de avance según color	Cantidad de metas	% de metas según categoría de avance
Alcanzado o superado la meta del año: 100% o más	13 metas	26%
Alcanzado o superado la meta del semestre: del 50% al 99%	13 metas	26%
No ha alcanzado la meta semestral: del 0% al 49%	11 metas	22%
N/A: Meta se reporta anualmente o hasta el segundo semestre	13 metas	26%
Total	50 metas	